

ABSTRAK

Iip Saripudin (1148020138), Pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Pelanggan Sarana Olahraga Zone73 Bandung Timur).

Penelitian ini berangkat dari latar belakang masalah mengenai promosi yang masih kurang efektif, harga sewa beberapa jenis layanan masih belum sesuai dengan kemampuan konsumen terutama masyarakat wilayah Bandung Timur, dan lokasi yang belum memberikan rasa nyaman kepada pengunjung.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Volume Penjualan sarana olahraga Zone73 Bandung Timur.

Penelitian ini didalamnya menggunakan beberapa teori yaitu mengenai Manajemen diambil dari pendapat *Americant Society of Mechanical Engineers* (Tim Dosen Adpend UPI) dalam buku Badrudin (2015:3), kemudian Manajemen Pemasaran diambil dari Kotler dan Keller (2008:5), Promosi diambil dari M. Fuad dkk (2009:130), Harga diambil dari Buchari Alma (2014:169), Lokasi diambil dari Basu Swasta dan Irawan (2003:339), dan Volume Penjualan diambil dari McDaniel dalam Holisoh (2017:47).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, asosiatif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Volume Penjualan Zone73 Bandung Timur.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Promosi, Harga dan Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan. Hal tersebut ditunjukkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang hasilnya bahwa Promosi (X_1) memberikan pengaruh sebesar β 0,321 terhadap Volume Penjualan (Y). Kemudian nilai t_{hitung} sebesar 5,569 sedangkan t_{tabel} adalah 1,662 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,569 > 1,662$) berarti H_a diterima dan H_o ditolak, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Kemudian Harga (X_2) memberikan pengaruh sebesar β 0,500 terhadap Volume Penjualan (Y). Kemudian nilai t_{hitung} sebesar 7,010 sedangkan t_{tabel} adalah 1,662 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,010 > 1,662$) berarti H_a diterima dan H_o ditolak, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Selain itu, Lokasi (X_3) memberikan pengaruh sebesar β 0,362 terhadap Volume Penjualan (Y). Kemudian nilai t_{hitung} sebesar 6,349 sedangkan t_{tabel} adalah 1,662 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,349 > 1,662$) berarti H_a diterima dan H_o ditolak, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 24,788 sedangkan F_{tabel} 2,71 maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,788 > 2,71$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Dan hasil output koefisien determinasi atau R-Square yang diperoleh sebesar 0,467 atau 46,7% terhadap Volume Penjualan (Y) dan sisanya 53,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Lokasi dan Volume Penjualan